



As marchandes de modes e o vestido chemise à la reine (1750-1790)

GOEBEL, Felipe Bernardo da Silva¹

RESUMO

O presente artigo analisa as mudanças estruturais do setor de produção de bens indumentários no final do século XVIII na França. Busca elucidar as questões relacionadas ao surgimento de uma nova profissão e guilda feminina – *marchandes de modes* – responsável pela criação de tendências de estilo a serem seguidas e como isso foi fundamental para o alvorecer do sistema de moda.

Palavras-chave: Moda. História da Moda. Antigo Regime.

Abstract: The present article analyzes the structural changes of the sector of production of clothing goods in the late eighteenth century in France. We try elucidate questions related to the emergence of a new feminine profession and guild - *marchandes de modes* – responsible for the creation of style trends to be followed and how this was fundamental to the dawn of a fashion system.

Keywords: Fashion. Fashion History. Ancient Regime.

76

"A moda é uma arte", declarou Mercier no *Tableau de Paris*. "Querida, triunfante arte, a qual, nesse século, tem recebido honras e distinções. Essa arte entra nos palácios de reis, onde recebe lisonjeiras boas vindas. A *marchande de modes* passa pelos guardas, para penetrar no apartamento onde a alta nobreza não pode entrar" (MERCIER, 1782, p. 1481). A moda historicamente detém uma poderosa força econômica na França, mas foi somente no final do século XVIII que ela passou a ser denominada, em jornais e revistas, como uma arte e não como um mero ramo do comércio. E os "artistas" responsáveis por essa chamada nova forma de arte eram exclusivamente mulheres, constituíam uma guilda independente e eram chamadas de *marchandes de modes*.

As *marchandes de modes* são filhas do Setecentos. Antes do século XVIII, elas não se distinguiram dos *merciers* (mercadores de tecidos) e das *couturières* (costureiras). Isso devia-se as tradicionais Leis Suntuárias que definiam estritas leis reguladoras de guildas e afazeres, o que fazia com que os diversos ramos da economia indumentária fossem bem definidos e se aglutinassem. De fato,

¹ Bacharel em História e mestrando em História Social no PPGHIS - UFRJ, E-mail goebel.felipeb@gmail.com.

marchande de modes era uma definição tão nova no começo do Setecentos que os contemporâneos se esforçavam para defini-la. A *Encyclopédie* chama a atenção: “elas estabeleceram-se e se denominam dessa forma há muito pouco tempo; somente desde que deixaram inteiramente o comércio de artigos relacionados a roupa (*la mercerie*) e assumiram os negócios da moda (*les affaires de la mode*) (DIDEROT ; D'ALAMBERT. [17-] p.598).² Uma importante distinção começava a ser feita entre roupas e moda, entre o processo técnico de cortar e costurar e o reino mais criativo de decorar e estilizar os trajes de um indivíduo.

Elas tinham pouca relação com o que hoje chamamos de modista ou estilista, ainda que alguns estudiosos atuais insistam nessa comparação. A tradução literal do francês é mercadora de modas, e essa é uma descrição muito mais acurada das atividades que realizavam do que qualquer definição atual. O termo *modiste* de fato só foi sancionado pela *Académie Française* em 1835, apesar de já ser usado de maneira coloquial desde 1777 como maneira de definir com mais especificidade o trabalho realizado pelas mulheres que trabalhavam com a criação de tendências de vestuário (FRANKLIN, 1968, p. 489).

Devido ao confuso sistema de guildas, afazeres e comércio de Paris, era necessário visitar diversas lojas para se adquirir um único vestido de corte. Comerciantes de tecidos vendiam mas não podiam cortá-lo, os tecidos eram cortados em medidas pré-definidas nas manufaturas que os produziam. Costureiras pespontavam mas não podiam decorá-los, a não ser que fosse no tecido em que eram feitos. Qualquer outro adorno ou enfeite deveria e só poderia ser acrescentado pelas *marchandes*. Na prática, elas produziam e vendiam algumas peças de vestuário, como luvas, fichus, xales, estolas e capas. Porém, nas palavras do Inspetor de Manufaturas de Paris e Lyon, Roland de la Platière (1784, p. 133), elas “eram mais conhecidas por providenciarem todos os pequenos objetos e detalhes usados nas roupas, das mulheres em particular.”

A moda no Setecentos estava em definitivo nos detalhes. Muitas vezes o vestido propriamente dito de uma dama era apenas vislumbrado por baixo da profusão de enfeites de todo tipo. Além disso, o visual não estaria completo sem um elaborado toucado, leque, luvas e joias. Esses adornos e acessórios eram muitas vezes mais caros que os tecidos nos quais eram costurados. Bertin foi a primeira *marchande* a cobrar tanto pelo seu trabalho quanto pelos materiais e objetos que vendia. “Alguém paga a Vernet pela tela e pela pintura em separado?”, ela teria perguntado a Madame Necker quando esta reclamou de seu preço (NECKER, 1798, p. 85-86). Ao se comparar com Vernet, o celebrado pintor, Bertin reivindicava as habilidades e o *status* de um artista. No seu número inaugural, em 1785, a *Cabinet des Modes* defendia a posição de Bertin e de outras *marchandes*: “As *marchandes* francesas fazem com o mais liso tecido, com a mais leve gaze, modas cujo valor não estão de maneira alguma em proporção

² Verbete “Moda”.

com o preço dos materiais com as quais são feitas mas que valem cada *livre* gasto.” (CABINET, 1785, p.5). Talvez pela primeira vez, a moda, a criação de tendências a serem seguidas, era monetizada e valia mais do que o valor dos materiais.

As *marchandes* também desempenhavam um inédito e controverso papel na economia de bens de luxo. O seu lucrativo negócio “em ninharias é considerado extremamente importante e hilariamente ridículo.”(MERCIER, 1782, p. 445). Nem artistas nem mercadoras de tecidos, elas atuavam como uma ponte – ou um amortecedor – entre as classes trabalhadoras e a aristocracia, tendo acesso as câmaras privadas e corpos de seus superiores. Além disso, as classes sociais podiam misturar-se em suas suntuosas lojas, abertas a todo tipo de consumidores (JONES, 2004, p. 96-105). Por se exibirem nas suas lojas e nas ruas, usando as últimas e extravagantes tendências criadas por elas mesmas, elas provocavam controvérsia. E porque vendiam bens e tinham contato direto tanto com homens como com mulheres, elas eram vulneráveis tanto a ataques morais quanto importúnios e assédio físico. Seus defensores, porém, argumentavam que ao invés de corromper o comércio, elas, ao introduzirem definitivamente a mulher nesse setor, preservavam a modéstia feminina, ao garantirem que as freguesas só seriam vestidas por outras mulheres ao invés de por alfaiates. Argumentava-se que elas mantinham muitas mulheres longe da penúria ou da prostituição, uma vez que empregavam um numero considerável de atendentes, assistentes e ajudantes.(CROSTOW, 2013, p. 163). No final das contas, uma mulher não precisava de educação formal para se lançar como *marchande des modes*, ainda que um treinamento com uma *marchande* respeitada e já estabelecida certamente garantisse maiores chances de sucesso. A crescente influência dessas mulheres ao longo do Setecentos não apenas ilustra mas complementa o alvorecer do sistema da moda.

No final da primeira metade do século XVIII, o penteado popularizado por Madame de Pompadour, amante de Luis XV, chamado *tête de mouton*, deu lugar a penteados altíssimos e cada vez mais elaborados denominados *poufs*. E as *marchandes* passaram a trabalhar neles além de nas roupas, decorando os extravagantes toucados com tudo que tinham a mão, desde flores e plumas até tecidos, joias e miniaturas em cera. A efemeridade do *pouf*, no sentido metafórico e físico da palavra, tornava-o um grande gerador de renda para as *marchandes*. Eles tornaram-se o pináculo da assim chamada arte das *marchandes*, e em agosto de 1776 elas foram agraciadas e tornaram-se uma corporação e uma guilda formal, junto com corporação dos *fleuristes* (produtores de flores artificiais) e dos *plumassiers* (vendedores de plumas), os quais as supriam com boa parte dos materiais necessários para a confecção dos *poufs*. Bertin foi nomeada a primeira chefe da nova guilda.(PLATIERE, 1784, p. 141). Como parte dessa estruturação formal, a recém-criada guilda passou a poder confeccionar certas peças de vestuário, além de decorá-los. Mais do que isso, a formalização da guilda permitiu que as *marchandes*, já celebradas por sua habilidade em

estilização de roupas e toucados, pudessem agora reivindicar domínio sobre todo o guarda-roupa feminino.

De muitas maneiras, as manufaturas e comércio sofisticados de bens relacionados à indumentária ocupavam um espaço pequeno. Enquanto alfaiates, costureira e *lingères* (negociantes de linho branco ou cru, que fabricavam e vendiam as chamadas roupas de baixo) encontravam-se espalhados por Paris, as *marchandes de modes* encontravam-se aglomeradas quase que exclusivamente no centro da pulsante cidade. *Marchandes* itinerantes, as que trabalhavam em casa e vendiam seus serviços e bens em tendas e barracas, reuniam-se em mercados públicos, como o de Les Halles, ou os que ocorriam semanalmente nas Docas de Gesvres e ao redor do cemitério de Saints-Innocents, além de em feiras sazonais espalhadas pelas praças da cidade. Essas *marchandes* itinerantes acabavam por misturar-se com os negociantes de roupas usadas. As suas colegas melhor estabelecidas mantinham lojas aglomeradas ao redor da Rua Richelieu e da Rua Saint-Honoré, a qual é até hoje a rua onde encontram-se as principais casas de alta costura francesa (ROCHE, 2007, p. 331).

O maior distrito de compras de luxo situava-se de fato em um antigo palácio real. Na esquina da rua Saint-Honoré com a rua de Richelieu situava-se (e ainda se situa) o Palais Royal. O primo de Luis XVI, Luis Felipe, Duque de Chartres, após ser banido da corte, converteu seu palácio privado, para escândalo da aristocracia cortesã, em uma área de prazeres públicos, em 1780, permitindo que lojas exclusivas, cafés, clubes literários, livrarias, galerias de pinturas, pequenos teatros e até mesmo alguns bordéis de luxo se instalassem em suas enormes galerias e apartamentos. Na prática, o Duque de Chartres, mais tarde Duque d'Orléans, criou o controverso mas definitivamente lucrativo empreendimento.

Aglomeradas uma do lado das outras, “cerca de cento e vinte e cinco boutiques competem entre si no esplendor de suas exposições e nos brilhantes arranjos de seus produtos” (ST JOHN, 1787, p.145). O Palais rapidamente tornou-se o local favorito do *beau monde parisienne*. Público e atores corriam para lá após espetáculos na Ópera e teatros próximos. As mais renomadas *marchandes de modes* estabeleceram suas lojas no centro da chamada alta sociedade francesa, ou seja, nos arredores do Palais Royal, mais precisamente na rua Saint-Honoré. Até a Revolução Francesa, as *marchandes* de Paris dominaram o ramo da indumentária e ditaram o que era considerado na moda, não apenas na França mas através de toda a Europa. “As *marchandes de modes* cobriram toda a França e as nações vizinhas com seus engenhosos trapos”, escreveu Mercier. “Tudo que diz respeito ao vestir tem sido adotado com um certo frenesi por todas as mulheres da Europa. É uma imitação universal!” (MERCIER, 1782, p. 1482-83).

A iconografia do período reflete a evolução dos afazeres e do *status* social das *marchandes* ao longo do século XVIII. Em adição ao que podem revelar sobre os gostos artísticos do Setecentos, esses quadros oferecem uma grande quantidade de informações sobre as atividades diárias e ao comércio das *marchandes*, tornando-os igualmente valiosos tanto para o historiador social quanto para o historiador da arte. Por exemplo, sabe-se, por escritos de diversos contemporâneos, incluindo a própria rainha Maria Antonieta em cartas trocada com sua mãe, que elas iam até a casa de suas abastadas clientes aristocráticas pela manhã, quando a dama estava recebendo visitantes e negociantes enquanto era vestida e penteada, no chamado *lever*. O quadro de François Boucher, célebre por ter pintado um retrato de Madame de Pompadour que foi exposto no Salon da *Académie Royale de Peinture et de Sculpture*, chamado *La Marchande de Modes*, de 1746, foi o primeiro de uma série, planejada pelo artista para retratar as quatro principais horas do dia na vida de uma dama. O quadro foi originalmente chamado de *Matin* (manhã), mas Boucher nunca completou os outros três, *Midi* (meio-dia), *Soir* (entardecer) e *Nuit* (noite). Apesar disso, é significativo que a visita da *marchande* era tão fortemente associada com as manhãs que Boucher escolheu essa atividade como ocupação característica dessa hora do dia.

O quadro é o retrato das *marchandes des modes* do século XVIII. A pintura foi subsequentemente simplificada e gravada em uma base de madeira, podendo assim ser impressa de maneira serial e espalhada em revistas, almanaques e jornais, seja colorida ou em preto em branco (GAUDRIAULT, 1988, p. 167). A régua de medir e a caixa cheia de acessórios, laços e apetrechos aparece no chão enquanto que uma dama inspeciona uma fita. A *marchande* retratada encontra-se aos pés da dama e usa uma capa ou manto negro usado usualmente do lado de fora, indicando que ela é literalmente uma presença externa e temporária no ambiente suntuoso; ou que talvez não fossem recebidas com a mesma cortesia concedida a convidados mas apenas aquela reservada a negociantes. A presença da dama, obviamente da elite e em processo de se vestir, é outro elemento presente, e recorrente em pinturas e gravuras que retratam as *marchandes*. Ela também permite ao artista a oportunidade de exibir as coloridas e intrincadas mercadorias das *marchandes*, além de criar um certo efeito de movimento no quadro.

Figura 1 - François Boucher. La Marchande de modes



Fonte:

https://www.larousse.fr/encyclopedie/images/François_Boucher_la_Marchande_de_mode/1310940

81

Alternativamente, as *marchandes* eram retratadas servindo clientes aristocráticas em suas lojas ou com seus trajes externos, usados a caminho das casas de suas clientes, ou seja, quando estavam mais visíveis aos olhares e julgamentos públicos. Seja qual for a composição, as *marchandes* podem ser facilmente identificadas nas representações pictóricas do século XVIII por três características básicas: elas estão sempre vestidas de maneira extravagante, carregam as ferramentas de sua profissão (normalmente uma caixa ou uma régua ou ainda uma fita ou tesoura) e é bela e atraente, por vezes até mesmo sedutora (GAUDRIAULT, 1988, p. 172). Esses não são apenas clichês dos artistas contemporâneos: são antes praticamente requisitos da profissão, os quais são fielmente representados pelos artistas do século XVIII. Os trajes com os quais se cobriam funcionavam como vitrines de seu trabalho e de seu comércio. Mas devemos lembrar que, apesar de tudo, elas eram mulheres pertencentes às classes trabalhadoras, e que, historicamente, o regime de distinção indumentária definia muito bem a qual classe que um indivíduo pertencia. Não havia precedente, antes do advento das *marchandes*, de negociantes de bens de luxo, usando os frutos de seu trabalho ou comércio, e essa prática não continuou ao longo do século XIX. Bem longe de serem *grisettes*, no sentido de usarem tecidos acinzentados e que mais pareciam uniformes, elas eram notadas, antes de tudo, pelas suas ricas roupas que

seguiram a últimas tendências. Em Paris, particularmente, elas parecem ter se vestido tão bem quanto suas clientes. Não parece ser esse o caso em outros lugares, uma vez que viajantes estrangeiros ficavam surpresos com esse fato.

Figura 2 – Gravura por René Gaillard sobre François Boucher. La Marchande de Modes. 1747-1755



82

Fonte: <https://collections.vam.ac.uk/item/O860024/la-marchande-de-mode-print-gaillard-rene/>

As *marchandes de modes* eram vistas como modelos de bem vestir mas também como uma espécie de curiosidade típica de Paris, aparecendo frequentemente nas *fashion plates*, suplementos ilustrados em forma de gravura coloridas de almanaques e jornais por assinatura. Nessas gravuras, elas sempre aparecem usando as últimas tendências que criavam. Uma *fashion plate* do almanaque *Gallerie des Modes*, de 1778, retratando uma *marchande* entregando seus produtos é um bom exemplo disso. A legenda contida na gravura é uma mistura reveladora de conselho de moda e comentário social:

Um vasto *therèse* (capuz) de tafetá negro, com as abas viradas para dentro e com bainha de gaze branca, cobre sua cabeça e esconde parte dos seus encantos dos olhos ávidos dos passantes; porém seu manto é arrumado de maneira a não diminuir nem um pouco a

elegância de sua cintura. Ela está vestida em um vestido plano embainhado com o mesmo material, em pregas redondas, as quais garantem um balanço, e sobem atrás com fitas no formato de uma *polonaise*. Luvas abertas de seda, exibindo os braceletes; um leque de papel verde; laço no peito; a pequena gansa não deixa nada a desejar!³

O próprio corpo e a apresentação deste era a melhor propaganda das *marchandes* e, pelo que seus críticos sugerem, elas sabiam muito bem disso. Na sociedade fortemente patriarcal, com um rígido sistema de classes e gênero, que garantiam que as mulheres pertencentes a plebe ficassem restritas a afazeres domésticos ou trabalhando em espaços privados, elas desafiavam esses códigos e convenções ao se exibirem em público, e muito bem vestida além de tudo. Elas eram a personificação e uma constante lembrança do poder desestabilizador da moda, que podia borrar as definições sociais de gênero e também de classe, podendo fazer com que uma prostituta parecesse uma dama e a rainha com uma pastora.

A iconografia sobre elas, espalhadas pelas *fashion plates* e depois pelas revistas, faziam com que fossem imediatamente reconhecidas, tanto no dia-a-dia como nas artes. Por toda a Europa elas foram retratadas carregando suas caixas, réguas e variadas quantias de fitas, laços, plumas e rendas. Apesar de muitas *marchandes* terem loja, sua profissão continuava sendo um setor móvel, com constantes deslocamentos entre lojas de diversos negociantes, suas próprias lojas e as moradas de suas clientes. Não era fora do comum, mesmo para a mais bem sucedida delas, ter de ir até suas clientes ou entregar suas encomendas em mãos. Rose Bertin, por exemplo, encontrava-se em pessoa com Maria Antonieta pelo menos duas ou três vezes na semana, seja levando mostras de materiais, desenhos de suas criações ou entregando as encomendas feitas pela rainha. (LANGLADE, 1981. p. 122). Pelo contrário, quanto mais celebrada fosse a *marchande* mais importante, e cara, essa atenção pessoal às clientes era.

Além disso, as *marchandes* eram consideradas uma influência que corrompia as mulheres, tanto aristocratas quanto plebeias, e não apenas por encorajar a vaidade e a extravagância. Sem terem uma posição para perder, elas desfrutavam de uma liberdade que suas ricas patronas não podiam desfrutar. Artistas e moralistas souberam explorar os perigos dessas parcerias morganáticas femininas.

³ Citado em: LANGLADE, Emile. *La marchande de modes de Marie Antoinette: Rose Bertin*. Paris: Albin Michel, 1981. p. 104.

Figura 3 – Nicolas Dupin sobre Pierre-Thomas LeClerc. Marchande de Modes portant la marchandise en ville.



Fonte: <https://www.mfa.org/collections/object/gallerie-des-modes-et-costumes-français-7e->

Apesar disso, esse subtexto sexual não parece ter estado presente nas imagens e relatos sobre as *marchandes* da primeira metade do Setecentos. Representações desse primeiro período, como as de Boucher, são cenas íntimas mas cenas essencialmente femininas e castas. Trabalhos de arte e literatura produzidos nas primeiras décadas do século XVIII as representam como trabalhadoras honradas que realizavam um trabalho manual inédito e interessante, em direto contraste com a prostituição. A partir de 1770, porém, *marchande de modes* passou a ser quase um sinônimo para prostituta. O fato da impopular amante de Luis XV, Madame Du Barry, ter trabalhado como vendedora de artigo de ornamentação na feira no Les Halles, além de ser uma conhecida prostituta, talvez tenha contribuído para essa associação (HASLIP, 2005, p. 223). Folhetins picantes como *Les jolis peches d'une marchande de modes*, escrito por Pierre Nougaret em 1769, capitalizaram no desejo do público

de acreditar no pior e na ânsia por fofocas sobre a elite, perpetuando assim falsos estereótipos nesse processo.

Em 1786, as *marchandes de modes* tinham uma reputação tão ruim que até mesmo Rétif de la Bretonne, que nunca deixava passar uma chance de dar um teor sexual para suas críticas sociais, sentiu-se obrigado a defendê-las. O polemista atribuiu a desgraça da imagem pública da profissão a “fofocas das burguesas austeras, invejosas dos ricos trajes e liberdades das *marchandes*”, e ao fato “das petites-maîtresses, devido a sua grande elegância, terem sido mais procuradas pelo corruptores para tornarem-se mulheres. Além disso, certas profissões corrompem as mulheres por darem um caldo mais picante para os blasés libertinos, que as vezes abrem uma boutique e mantêm prostitutas lá.” De la Bretonne, apesar dessas palavras, defendeu de fato as *marchandes*, distinguindo-as das prostitutas disfarçadas nas boutiques do Palais Royal, insistindo que elas não eram menos respeitáveis do que outras trabalhadoras, comparando a respeitabilidade de sua profissão com aquela exercida por mulheres de pescadores e vendedoras de frutas e floristas. Além disso, Bretonne chama a atenção para a importância do trabalho das *marchandes* para a economia francesa. Por fim, ele adiciona, que graças as novas e tentadoras modas inventadas pelas *marchandes* “os maridos tornaram-se mais delicados, mais complacentes... e posso dizer, por isso mesmo, as esposas mais fiéis!” (DE LA BRETONNE, p. 10).

Moralista já haviam lançado a conexão simbólica entre prostituição e o comércio exercido por mulheres e a comprometedora posição pública que as mulheres ocupavam quando se tornavam vendedoras. A ideia, porém de mulheres trabalhando no Antigo Regime, sobretudo no setor indumentário, não era nem um pouco nova. Mas foi somente no século XVIII que essa atividade deixou o espaço privado das casas, onde as mulheres costuravam ou criavam arranjos e seus maridos ou responsáveis os vendiam, e entrou no domínio público, em lojas ou nas ruas e feiras. As críticas que as *marchandes* passaram a receber a partir de 1770 misturavam o imaginário moral burguês e a linguagem sexual com a comercial, elas seduziam seus e suas clientes para que comprassem suas mercadorias à preços altíssimos. Convenientemente, essas críticas ignoravam o fato de que comerciantes do sexo masculino também valiam-se de adulação, sedução e até mesmo táticas criminosas (como falsificações e adulterações) para vender seus produtos.

Dessa forma, as *marchandes des modes* do reinado de Luís XVI e Maria Antonieta encontravam-se em uma situação inédita e precária. Obviamente, que nem toda eram prostitutas disfarçadas ou que exerciam a prostituição ocasionalmente, como Mercier e Mrs. Adams afirmam. Dificilmente, uma Rose Bertin ou uma Madame Éloffé chegaram a realizar algum favor sexual ou a vender seus corpos. Muitas delas, eram muitíssimo bem sucedidas e bastante respeitadas como mulheres de negócio; algumas inclusive formaram parcerias

com seus pais e maridos. De fato, as *marchandes* das décadas finais do Antigo Regime usufruíram do pico máximo da influência e prestígio da profissão, com vanguardistas e líderes como Rose Bertin e Éloffé, que eram protegidas de Maria Antonieta e outras poderosas damas da corte, como a Duquesa d'Artois e Madame Elisabeth (irmã solteira de Luis XVI). Ambas, na verdade, pavimentaram nesse período o caminho para a fama internacional e imensa riqueza, que foi necessária para sua sobrevivência quando a Revolução estourou e foram obrigadas a emigrar para fora da França. A própria natureza de seu trabalho definia que elas deveriam estar em constante exibição, conforme já discutido. Suas virtudes e modéstia, ou a falta destas, estavam amplamente em escrutínio público. Beleza, vivacidade, espontaneidade e maneiras sedutoras podiam ser características inestimáveis para o sucesso de seus negócios, mas uma reputação sem manchas era igualmente importante, e era, obviamente, muito difícil possuir ambas.

As novas tendências de vestuário criadas pelas *marchandes* em conjunto com Maria Antonieta foram as catalisadoras das diversas críticas ao caráter da rainha. Mas ela nunca foi mais atacada do que quando tentou simplificar seu guarda-roupa no começo da década de 1780, decisão que dessa vez feriu não apenas sua imagem pessoal como a da família real e da dinastia Bourbon como um todo, aglutinando críticas inclusive sobre a forma monárquica absolutista pela qual a França era dirigida. De todas os estilos de vestimenta, e de todas as declarações sociais e políticas contidas nelas, o mais controverso certamente foi a *chemise à la reine*, o vestido de musselina lisa batizado em sua homenagem em 1783, quando um retrato, pintado por Elisabeth Vigée LeBrun vestida com esse tipo de traje, foi exibido na exibição bianual da *Académie Royale de Peinture et de Sculpture*. Mais do que uma simples polêmica relacionada aos trajes aristocráticos, o desenvolvimento dessa peça ilumina um período de profunda mudança na moda e na sociedade francesa, colocando em primeiro plano os acirrados debates acerca de classe, gênero, economia e política.

Para definir a *chemise à la reine*, ou vestido *chemise*, é mais útil definirmos primeiro o que ele não era. Por mais de um século, a palavra francesa *chemise* era usada para referir-se à roupa de baixo, ou seja, ao longo camisão atado no pescoço que ia até os joelhos, usado tanto por homens como por mulheres. O vestido era similar a essa peça em construção, com quase nenhum decote e uma costura simples nos ombros, mas não era nem de longe idêntica, sendo mais similar aos vestidos brancos sem estruturas usados pelas crianças até os sete anos. Ao contrário da roupa de baixo que era bem ajustada ao corpo, usada por baixo das roupas e para dormir, o vestido *chemise* tinha bastante volume e era solto. Ele não era longo o suficiente para dificultar o andar, não tendo nenhuma calda, e tinha uma leve ondulação na bainha. Ele era vendido pelas *marchande de modes*, enquanto que a roupa de baixo era vendida por uma guilda específica, denominada *lingères* e feita somente de linho cru ou alvejado. O vestido, em contrapartida, era feito com uma variedade de tecidos, a musselina

sendo o mais comum, mas podendo ser feito de crepe ou gaze de seda, algodão e também linho (porém colorido em tons pasteis, sendo o linho cru ou branco reservado para a roupa de baixo). Gravuras de moda, publicadas nas revistas de moda da década de 1780, mostram o vestido *chemise* em tons claros de rosa, verde, laranja, azul e lilás usados sobre vestidos de seda ou tafetá em tons mais fortes, apesar dessas peças idênticas as de cima, porém, mais ajustadas nem sempre estarem visíveis em retratos ou gravuras.

Independente de sua possível origem, a *chemise à la reine* representou uma mudança radical. Dos muitos e diversos estilos de vestido usados na segunda metade do século XVIII – *robes à l'anglaise*, *polonaises*, *circasiennes*, *redingotes* – somente a *chemise* era vestida pela cabeça, era feita mais frequentemente de tecidos de algodão do que de seda ou cetim e podia ser facilmente lavada. Além disso, de todos eles, ele é o único que não é ajustado ao corpo, não precisando de espartilho ou corpete e crinolinas. Pelo contrário, era feito para acomodar o corpo da usuária e não o moldar. Além disso, era uma escolha prática para caminhadas e atividades externas. De fato, ele evocava, com sua simplicidade e informalidade, o ideal pastoril tão presente nas artes e literatura do Setecentos. A combinação de novidade e praticidade presente no vestido *chemise* fez dele uma parte importante do guarda-roupa feminino, até mesmo antes de ser usado por Maria Antonieta e receber a alcunha *à la reine*.

Estilos campestres tornaram-se um tema cada vez mais recorrente nos trajes do século XVIII. Tocas e *infulas à la paysanne* (no estilo camponês) e *à la bergère* (no estilo pastora), aventais, chapéus de palha e outros acessórios tipicamente associados com a vida rural tornaram-se cada vez mais populares entre a elite. Em setembro de 1788, a *Magasin des modes nouvelles* publicou uma gravura de “uma mulher vestida como uma camponesa de corte” (MAGASIN, 1788. p. 39) um paradoxo por excelência. A popularidade dos trajes ingleses, com sua ênfase no que era considerado natural e sem artifícios e atenção a mobilidade e conforto necessária às atividades ao ar livre, ajudaram a propagar o denominado estilo

Graças a influência de Maria Antonieta e a atuação direta das *marchandes*, sempre dispostas a agradar suas ricas clientes, o branco se tornou a cor mais usada na década de 1780, deixando de ser mais comumente usado em roupas de baixo e arremates e passando a ser usado na confecção de trajes inteiros e lisos. Críticos severos da moda e da atenção considerada excessiva que a rainha dedicava a esse assunto, a culpavam inteiramente por essa inovação, alguns com certa malícia ligando trajes leves e facilmente laváveis a desejos sexuais fora de controle, mas outros baseados em razões bem plausíveis. Esses afirmavam categoricamente que na França um membro da realeza, e sobretudo a Rainha, nunca deveria aparecer vestido como um indivíduo comum. Apesar da cor ser inofensiva por si mesma as novas e informais formas de confecção, associadas a atividades ao ar livre e livres do cerimonial e da etiqueta, eram

consideradas inapropriadas para a realeza. Mais do que se usava, nesse caso, o que gerou incômodo era quem usava.

Maria Antonieta, na verdade, estava grávida novamente no verão de 1783, (tendo sofrido um aborto no sétimo mês de gravidez), quando o termo *chemise à la reine* apareceu pela primeira vez, na *Gallerie des Modes*. Os chapéus de palha com abas largas provavelmente também caíram no gosto da corte por volta desse período. Ainda que estejam também associados a crescente anglomania, debatida anteriormente, eles eram um complemento perfeito para o ar pastoral do *chemise à la reine*. Além disso, após o nascimento de Madame Royale em 1778, o cabelo de Maria Antonieta começou a rarear e a cair precocemente. O *pouf*, verdadeira e altíssima escultura de cabelo, apliques, flores e plumas, que havia popularizado no da década de 1770 simplesmente não era mais possível de ser feito.

A busca por simplicidade e privacidade, os gastos com a reforma do Petit Trianon pareciam debochar das convenções de etiqueta cortesã francesas, apoiadas na ostensiva exibição pública dos membros da realeza. Junto com o vestido *en chemise*, esses pontos levantaram suspeitas em relação à lealdade de Maria Antonieta com a França. O novo vestido, a anterior associação com a anglomania e seu retiro no Trianon, agora relacionado com os prazeres femininos e de gosto estrangeiro, trouxeram à luz aquilo que era fundamental sobre a Rainha.

No Petit Trianon, com sua fazenda em miniatura, as fronteiras entre a vida real e a encenação borravam-se. Damas aristocráticas encenavam o que achavam alienadamente que era a vida camponesa, usando trajes que tinham mais em comum com fantasias de mascaradas e peças teatrais do que com as roupas usadas na realidade pelos camponeses de verdade. Chapéus de palha, vestidos *en chemise*, corpetes soltos com aventais translúcidos de gaze de seda estampada e fichus rendados eram lugar comum no Petit Trianon. Bertin passou a dirigir-se diretamente para lá, não se dando mais nem ao trabalho de parar no Palácio de Versalhes. Vestidas com idealizados trajes pastorais, criados e vendidos a preços exorbitantes pelas refinadas *marchandes de modes* de Paris, a rainha e seu seleto grupo de damas curtiam a dispendiosa fantasia da vida rural, nem um pouco mais autêntica do que suas roupas.

Vigée LeBrun porém não nos conta em suas memórias se esperava ou não a intensa reação pública que seu retrato de Maria Antonieta gerou, batizado apropriadamente de *La Reine en gaulle*. De acordo com ela, “apesar do *connoisseurs* que visitaram a exposição já estivessem familiarizados com o vestido *en chemise*, as classes sem instrução da sociedade e os moralistas tomaram a palavra *gaulle* em seu significado literal – ou seja, uma roupa de baixo.” (MAGASIN, 1788. p. 163). A fofoca espalhou-se rapidamente por Paris. O jornal *Correspondence Littéraire* noticiou que os visitantes ficaram estupefatos com a audácia de Maria Antonieta permitir ser retratada daquela forma: “Havia-



se distinguido inicialmente dentre os outros retratos dessa amável artista aquele da Rainha *en levité*, mas tendo o público aparentemente desaprovado esse traje pouco digno de Sua Majestade, foi-se pressionado a substituí-lo por outro com um vestuário mais apropriado à dignidade do trono”. (GRIMM, p. 13). Vigée LeBrun (1904, p. 166) defendeu seu trabalho:

Um [dos quadros] a representa usando um chapéu de palha, trajada com um vestido branco de musselina, com mangas plissadas cruzadas, mas bastante ajustado: quando ele foi exibido no Salon, as más línguas não deixaram de dizer que a Rainha se fez retratar em suas roupas de baixo; como estávamos em 1786 [sic], já a calúnia começava a se lançar sobre ela.

Mesmo depois de ter sido esclarecido, em uma declaração escrita por Vigée LeBrun para a *Académie Royale de Peinture et de Sculpture*, que a rainha não estava usando roupas de baixo mas sim um vestido *en chemise*, o retrato teve que ser retirado da exposição “devido a indecência desses trajes, especialmente para a rainha.” A pintora teve que o substituir por um similar, em uma pose quase idêntica mas usando um vestido mais convencional feito de seda azul.

Na verdade, a *chemise à la reine* não era nem indecente nem excessivamente reveladora. Mas era um lembrete bastante forte de sua preferência por trajes informais e da controvérsia que cercava seu retiro no Petit Trianon. O retrato de Maria Antonieta *en chemise* foi exposto ao lado de um retrato de sua cunhada, a Condessa de Provence, usando trajes similares mas sem o chapéu. É interessante observar que a Condessa não foi criticada e que seu retrato passou despercebido aos ferrenhos críticos do retrato da rainha, não sendo citada nominalmente uma única vez nos principais jornais e almanaques do período. Mais uma vez, a polêmica que o vestido *en chemise* gerava parece relacionar-se mais com quem o usava e onde o usava do que com alguma característica dele. O público – já desconfiado e insuflado por críticos e moralistas sociais da consorte austríaca – considerou o traje impróprio para a Rainha da França.

Após a Exposição de 1783, *chemises à la reine* tornaram-se tão populares que passaram a ser usados em Paris durante todo o ano, independente do lugar ou das condições do clima. No inverno, os diáfanos vestidos eram colocados por cima de anáguas de lã e arrematados com tecidos mais apropriados ao frio, como veludo ou cetim grosso. Ao contrário da *chemise à la reine* de 1782-1784, o novo vestido tinha um decote em forma de V, duas fileiras de amplos babados no colarinho, e mangas três quartos bem justas que terminavam em punhos com babados. Esse estilo mais distinto pode ser visto em muitos retratos executados em 1786 e 1787. Na gravura e na descrição publicada pela *Cabinet de Modes*, ele deveria ser feito de fina musselina e usado sobre anáguas e corpete de tafetá rosa pálido enquanto que um fichu de percal deveria ser usado para cobrir o busto, exposto pelo profundo decote em V. Ao invés do chapéu de palha, o traje deveria ser usado em conjunto com uma elaborada touca de gaze de linho, adornadas com pequenas contas ou pérolas e plumas em tons de verde, cinza

e rosa. Quase uma década antes do eclodir da Revolução, o vestido *en chemise* assinalou a total reinvenção do luxo e da extravagância que haviam marcado os trajes formais da sociedade francesa. Em 1786, haviam cerca de doze mil tecelagens de seda e cetim na cidade de Lyon; em 1788 o número havia caído para 9,335 e em 1789 haviam apenas 6,500. (BEAULIEU, p. 101-103, 107-108). O número de pessoas empregadas no ramo dos bordados caiu pela metade de 1783 a 1789.

Ao longo do século XVIII, as mulheres francesas, aristocratas e trabalhadoras, puderam alcançar reconhecimento e status sem precedência. Nas palavras de Vigée LeBrun: “As mulheres reinavam então, a Revolução as destronou.” (VIGÉE LEBRUN, 1904, p. 122). Apesar do reconhecimento público alcançados, tirando algumas poucas e notáveis exceções - como a própria Vigée LeBrun -, as mulheres continuaram a ser excluídas da esfera e da participação efetiva na esfera pública. Seu poder encontrava-se na sua performance diária de apresentação, nos trajes e na sua capacidade de influenciar definitivamente a indumentária. Ao contrário do século XVI e XVII, onde os homens vestiam-se de maneira muito mais esplendorosa e chamativa, eram as mulheres que agora passaram a tomar a liderança dos assuntos relacionados ao vestir. O dimorfismo sexual que se tornaria tão acentuado no século XIX já se fazia presente no século XVIII: mulheres tinham bem mais roupas e opções de trajes, que eram bem mais adornados e muito mais valiosos que as vestes masculinas. Isso é verdadeiro para todo o espectro social, parcialmente porque os serviçais eram obrigados a usar librés enquanto que as empregadas usavam, com frequência, as peças usadas por suas senhoras. (ROCHE, 2007, p.102).

90

Um século depois, porém, um homem, Charles Frederick Worth, foi coroado no imaginário popular e na tradição da História da Moda como o criador e pai da alta costura (*haute couture*). As *marchande* e suas clientes foram relegadas a serem lembradas apenas como criadoras de alguns estilos únicos, mas descontinuados e que não foram capazes de entrar para a posteridade. O erro cometido pelos historiadores da moda do XIX (todos homens) foi não enxergarem que todo os trajes produzidos no século XVIII eram *haute couture*, uma vez, que todos eram confeccionados a mão, altamente estilizados e individualizados e feitos em pouquíssimas quantidades. As roupas não eram apenas peças feitas para cada cliente mas, em muito casos e de muitas maneiras, eram criadas em parceria com a própria cliente. Não apenas símbolos definidores de classes, mais do que uma das facetas do regime de distinção, a indumentária ao longo do Setecentos passou a ser um dispositivo de individualidade capaz de expressar as aspirações, os desejos e as mensagens políticas e sociais desejadas. A íntima relação entre uma dama e sua *marchande des modes* era envolta em segredos e especulações.

Anne Hollander (1993, p. 352) argumenta:



O status delas como artistas e artesãs era sempre metafórico e seu famoso poder social era completamente dependente da importância e da posição ocupada pela sua rica clientela. Rose Bertin e suas companheiras permaneciam nos bastidores quando suas criações iam para os bailes sob os holofotes, para produzir a impressão do gosto de suas clientes mas não de seus próprios dotes.

É verdade que a maior parte dessas influente mulheres estão esquecidas hoje, sabemos inclusive o nome de somente as bem sucedidas, e ainda durante a sua vida seus nomes eram conhecido apenas por um seleto grupo de clientes de elite. Os negócios das *marchandes* cresciam pelo boca-a-boca, pela exibição de suas criações na esfera pública dos teatros, óperas, bailes, saraus e claro na corte.

Bertin, apesar disso, não “permaneceu nos bastidores” assim como sua cliente e patrona, Maria Antonieta, também não. Ela galgou seu sucesso até a corte da rainha valendo-se de charme, adulação e engenhosidade, conseguindo imensa riqueza, fama, *status*. Jornais e memórias do período estão cheias de anedotas sobre seus esquemas e façanhas. Em 1787, “Bertin é um nome bastante conhecido em todas as partes do mundo. O Rei da Suécia usa seus chapéus, as princesas espanholas cobrem seu colo com os xales dela e até a czarina Catarina exhibe suas criações”, de acordo com o viajado e influente diplomata Marquês de Bombelles.(DE BOMBELLES, 1979, p. 205). É um tributo a imensa fama de Rose Bertin que Maria Antonieta tenha encomendado, provavelmente em 1788, a um de seus retratistas oficiais, Louis Trinquesse, um retrato dela. O retrato depois passou pelo processo de gravura, também sob encomenda de Maria Antonieta, indicando que pretendia-se que ele fosse amplamente divulgado.(LANGLADE, 1981, p. 265).

Figura 4 – F. Janinet Sculp sobre Louis Trinquesse. Cópia do retrato de Madame Bertin. 1788-1790.



Fonte: <https://waddesdon.org.uk/the-collection/item/?id=18411>

Poucas *marchandes de mode*, porém, podiam almejar ser imortalizadas dessa maneira. O Antigo Regime oferecia pouquíssimos caminhos para a mobilidade social, sobretudo para mulheres solteiras e trabalhadoras. Clientes da elite e afamadas não necessariamente garantiam a fama e o sucesso de uma *marchande*; pelo contrario, as clientes da elite francesa do Setecentos muitas vezes não pagavam seus altos débitos e tomavam os créditos pelas criações de suas *marchandes*. O sucesso de Bertin foi uma vitória para toda a classe das *marchandes de modes*. Muitos artistas do período podem ter se inspirado nos aspectos visuais dessas mulheres, mas Rose Bertin deu, definitivamente, uma face feminina para o nascente sistema de moda.

REFERÊNCIAS

- BEAULIEU, Charles. **Histoire du commerce, de l'industrie et des fabriques de Lyon.** Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=WD1VAAAAcAAJ&pg>>
- CABINET DES MODES. 1785-1786. Disponível em: <<https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k10400416>>
- CROWSTON, Clare Haru. **Credit, fashion, sex:** economies of regard in Old Regime France. Durham: Duke University Press, 2013.
- DE BOMBELLES, Marc. **Journal d'un ambassadeur de France au Portugal (1786-1788).** Ed. Roger Kann. Paris: Presses Universitaires de France, 1979.
- DE LA BRETONNE, Rétif. Les contemporaines communes. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=L3MGAAAAQAAJ&>>
- DIDEROT, Denis; D'ALAMBERT, Jean Le Rond. **L'Encyclopédie, ou Dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers.** Disponível em: <<http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k50533b>>. [17-].
- FRANKLIN, Alfred. **Dictionnaire historique des arts, metiers et professions exerces dans Paris depuis le trezieme siecle.** Nova York: Burt Franklin, 1968.
- GAUDRIAULT, Raymond. **Repertoire de la gravure de mode française des origines à 1815.** Nantes: Promodis, 1988.
- GRIMM, Friedrich-Melchior. **Correspondance littéraire, philosophique et critique, ed. Maurice Tourneaux.** Disponível em: <<https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k5781395q/>>
- HASLIP, Joan. **Madame Du Barry: wage of beauty.** Londres: Tauris Parke Paperbacks, 2005.
- HOLLANDER, Anne. **Seeing through clothes.** Berkeley: University of California Press, 1993.
- JONES, Jennifer. **Sexing "La Mode":** gender, fashion and commercial culture in Old Regime France. Nova York: Berg Press, 2004.
- LANGLADE, Emile. **La marchande de modes de Marie Antoinette: Rose Bertin.** Paris: Albin Michel, 1981.
- MAGASIN DES MODES NOUVELLES. 1786-1789. Disponível em: <<https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k1025111d?rk=21459;2>>
- MERCIER, Louis-Sebastien. **Tableau de Paris.** 1782. Disponível em: <<http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k65711801>>
- NECKER, Suzanne. **Melanges extraits des manuscrits de Mme Necker.** Tomo 2. Paris: C. Pougens, 1798

PLATIÈRE, Jean-Marie Roland de la. **Encyclopédie methodique: manufactures, arts et metiers.** Disponível em: <https://books.google.com.br/books/about/Encyclopédie_méthodique.html> Tomo 1, 1784, p. 133.

ROCHE, Daniel. **A cultura das aparências:** uma história da indumentária (séculos XVII-XVIII). São Paulo: Editora SENAC, 2007.

ST JOHN, James. **Letters from France to a gentleman in the south of Ireland, written in 1787.** Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=_Z9CAAAAYAAJ&>.

VIGÉE LEBRUN, Elisabeth. **Memoirs of Madame Vigée LeBrun with numerous reproductions of paintings by the authoress.** Londres: Grant Richards, 1904. p. 166.